

EFEKTIVITAS JALUR DISTRIBUSI PENJUALAN JERUK MANIS DI KECAMATAN DAU, KABUPATEN MALANG

by Farah Mutiara, Dwi Asnawi Nurhantanto

Submission date: 19-Dec-2019 06:46AM (UTC-0800)

Submission ID: 1237008664

File name: Dwi_Asnawi_Jurnal02.pdf (368.55K)

Word count: 3096

Character count: 18181

EFEKTIVITAS JALUR DISTRIBUSI PENJUALAN JERUK MANIS DI KECAMATAN DAU, KABUPATEN MALANG

Farah Mutiara dan Dwi Asnawi Nurhantanto

28

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Tribhuwana Tungadewi

Abstract

Orange is one type of fruit that is highly favored by the people. Citrus marketing is a whole system of business activities aimed at planning, pricing, promoting and distributing goods and services that can satisfy the needs of both the buyers there maupun potential buyers. Marketing itself serves to connect producers with consumers or also known as distributions. Distribution is the most important component, because if there is an error in this election could complicate efforts distribution of goods and services from producers to consumers. This study aimed to analyze the share, margins, and profits of manufacturers in every distribution channel of distribution channels and marketing efficiency sweet oranges in the District Dau, Malang as one of the centers of citrus production in East Java. This research is a quantitative research by questionnaire. Determination of respondents using stratified random sampling method of research. The division responden strata by strata of income. Variable observations in this study include marketing channels fruit sweet orange, the sales volume of citrus fruit once harvested (tonnes / ha), production costs incurred farmer (Rp / ha), the selling price (USD / ton), marketing costs (USD / Ha) and the shrinkage of the product (Kg / year). Marketing efficiency oranges indicated parts prices received by farmers (25%) of the price of inputs, while 50% are owned by village traders (62.5%) value is the highest profit to retailers, amounting to Rp 3,000 to the value of margin is USD 2,328 and the value of the lowest profit are collectors of Rp 1,000 to Rp 827 margin value.

Keywords : Sweet Orange, Effectiveness, Distribution

Pendahuluan

Pada sektor agribisnis hortikultura di kawasan sentra produksi hortikultura, setiap kegiatan agribisnis mulai dari kegiatan pengadaan sarana produksi, kegiatan produksi, hingga kegiatan pengolahan dan pemasaran hasil, serta kegiatan jasa penunjang umumnya dilakukan oleh pelaku agribisnis yang berbeda. (Saptana, et.al.2004)

Ada tiga faktor utama yang menyebabkan struktur agribisnis kurang

memiliki daya saing (Irawan. et.al, 2001) yaitu : (1) tidak ada keterkaitan fungsional yang harmonis antara setiap kegiatan atau pelaku agribisnis, (2) terbentuknya margin ganda sehingga ongkos produksi, pengolahan dan pemasaran hasil yang harus dibayar konsumen menjadi lebih mahal, sehingga sistem agribisnis berjalan tidak efisien, (3) tidak adanya kesetaraan posisi tawar antara petani dengan pelaku agribisnis

lainnya, sehingga petani sulit mendapatkan harga pasar yang wajar.

Permasalahan yang timbul dalam sistem pemasaran hortikultura antara lain : kegiatan pemasaran yang belum berjalan efisien (Mubyarto, 1989), dalam artian belum mampu menyampaikan hasil pertanian dari produsen kepada konsumen dengan biaya yang murah dan belum mampu mengadakan pembagian balas jasa yang adil dari keseluruhan harga konsumen terakhir kepada semua pihak yang ikut serta di dalam kegiatan produksi dan pemasaran komoditas pertanian tersebut. Pembagian yang adil dalam konteks tersebut adalah pembagian balas jasa fungsi-fungsi pemasaran sesuai kontribusi masing-masing kelembagaan pemasaran yang berperan.

Propinsi Jawa Timur memiliki luas 26 ayah seluas 47.922,45 kilometer persegi atau 0,29 % dari luas kepulauan Indonesia yang terdiri dari areal sawah seluas 81.625 ha, serta ka 25 san perkebunan seluas 121.012 ha (Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur, 2013). Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur (2013), sentra penghasil jeruk manis terbesar ada di wilayah Kecamatan Bumiaji dengan total produksi 23.152 ton/tahun, kemudian Kecamatan Dau dengan total produksi 15.080 ton/tahun.

Adapun kawasan budidaya jeruk manis di Kecamatan Dau ada di Desa Tegalweru. Desa Tegalweru saat ini dikembangkan sebagai salah satu obyek agrowisata petik jeruk. Luas tanaman jeruk didesa ini sekitar 300 ha dengan tanaman jeruk manis pacitan dan sebagian keprok yakni di poktan (kelompok tani) Gunung Mekar dan

poktan Puncak Andong yang terletak di Tegal weru.. Kelompok Tani Gunung Mekar telah berdiri sejak tahun 2005, sampai pada saat ini beranggotakan sebanyak 30 orang petani. Luas wilayah perkebunan yang ada di Poktan Gunung Mekar ini adalah seluas 40 hektar dengan jumlah produksi sekali panen sebanyak 45 ton/ha pada saat panen raya dan 10 ton/ha pada saat panen teknologi (panen domestik / yang dijadw 24 an). Kelompok Tani Puncak Andong yang berdiri pada tahun 2006, sampai saat ini beranggotakan 32 orang petani. Luas wilayah perkebunan yang ada di poktan Puncak Andong ini adalah seluas 35 hektar dengan jumlah produksi sekali panen sebanyak 40 ton/Ha pada saat panen raya. Pemilihan lokasi Desa Tegalweru sebagai lokasi penelitian adalah untuk melihat potensi penjualan jeruk siam serta dapat menggali potensi lainnya seperti berdirinya Agrowisata P'Wec yang dapat menjadi sarana penunjang produksi buah jeruk manis. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mencari berapa jalur distribusi yang ada dan membandingkan margin pemasaran dan margin keuntungan di masing-masing jalur distribu-5

Pemasaran merupakan suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial. Pemasaran sendiri berfungsi untuk menghubungkan produsen dengan konsumen yang dikenal juga sebagai distribusi. Distribusi merupakan salah satu komponen yang paling penting, dikarenakan apabila

15 dapat kesalahan dalam pemilihan ini dapat memperlambat bahkan mempersulit usaha penyaluran barang maupun jasa dari produsen ke konsumen.

4
Pemilihan jalur distribusi yang berbeda akan menyebabkan penanganan yang berbeda sehingga kerusakan pada tiap jalur distribusi juga berbeda. Semakin panjangnya jalur distribusi, maka makin banyak variasi penanganan yang dialami sehingga makin besar pula tingkat kerusakannya (Basu, 1982).

Sistem pemasaran di daerah penelitian terapat jalur yang kurang efektif yakni apabila jalur distribusi terlalu panjang, seperti petani – pengepul – pedagang 1 – konsumen.

Hal ini sesuai dengan bidang unggulan yakni pengentasan kemiskinan dengan topik unggulan yaitu pengembangan agroindustri untuk meningkatkan harga jual.

Metode Penelitian

Penentuan Lokasi

Penelitian dilakukan di Desa Tegalweru, Kecamatan Dau. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret hingga bulan Juni 2016. Dasar pertimbangan pengambilan lokasi penelitian karena Desa Tegalweru merupakan sentra penghasil buah jeruk manis dimana mata pencaharian terbanyak adalah petani jeruk manis.

2 Penentuan Responden

Populasi yang diamati dalam penelitian ini adalah seluruh petani jeruk manis yang ada di Desa Tegalweru, Petung Sewu, dan Selorejo dengan total 2 petani sebanyak 34 orang. Menurut Singarimbun dan Effendi (1989), sampel

penelitian ini ditentukan dengan metode *stratified random sampling* dan *snowball sampling*, dimana metode ini adalah cara penarikan sampel yang dilakukan dengan memilih subjek berdasarkan kriteria yang telah ditentukan. Metode *stratified random sampling* dibagi berdasarkan strata luas 2 han yang dimiliki responden. Pertimbangan yang dimaksud dalam pengambilan sampel dilakukan dengan cara melihat rata-rata luas lahan yang dimiliki oleh petani sebagai sampel pertama. Setelah didapat sampel pertama, yakni dari metode stratified 2 random sampling sejumlah 34 orang selanjutnya menggunakan metode *snowball sampling* dimana metode ini dilakukan untuk mendapatkan informasi sampel berikutnya dari sampel pertama dan seterusnya sehingga produk sampai ke 7 nsumen yang didapat sejumlah 20 responden.

Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebar kuis 2 oner kepada responden yang terpilih. Kuisi oner dibacakan oleh peneliti, sehingga responden akan mudah mengerti dengan pertanyaan yang dibuat oleh peneliti.

Metode Analisis Data

Analisis kuantitatif dipergunakan untuk menghitung margin pemasaran dan margin keuntungan yang diperoleh oleh masing-masing jalur 14 distribusi. Margin keuntungan dan margin pemasaran digunakan untuk mengetahui distribusi biaya dari setiap aktivitas pemasaran, harga yang diterima petani dan keuntungan yang diperoleh masing-masing jalur distribusi serta mengevaluasi jalur yang mendapatkan keuntungan

terbesar dari masing-masing jalur distribusi yang ada. Langkah-langkah yang dilakukan untuk menghitung margin pemasaran dan margin keuntungan menurut Ibrahim (1998) adalah sebagai berikut :

- a. Menghitung margin pemasaran dengan menggunakan rumus :

$$MP = HJ - HB$$

Keterangan :

MP = Margin Pemasaran (Rp)

HJ = Harga Jual (Rp)

HB = Harga Beli (Rp)

- b. Menghitung persentase margin pemasaran dengan menggunakan rumus :

$$\% MP = \frac{HJ - HB}{HB} \times 100 \%$$

Keterangan :

MP = Margin Pemasaran (%)

HJ = Harga Jual (Rp)

HB = Harga Beli (Rp)

- c. Menghitung persentase biaya pemasaran dengan menggunakan rumus :

$$\% BP = \frac{BP}{HB} \times 100 \%$$

Keterangan :

BP = Biaya Pemasaran (Rp)

HB = Harga Beli (Rp)

- d. Menghitung margin keuntungan menggunakan rumus :

$$MK = MP - BP$$

Keterangan :

MK = Margin Keuntungan (Rp)

MP = Margin Pemasaran (Rp)

BP = Biaya Pemasaran (Rp)

- e. Menghitung persentase margin keuntungan menggunakan rumus :

$$\% MK = \frac{MK}{HB} \times 100 \%$$

Keterangan :

MK = Margin Keuntungan (Rp)

HB = Harga Beli (Rp)

7

Variabel Pengamatan

Variabel-variabel yang diamati dalam penelitian ini meliputi :

- a. Jalur pemasaran buah jeruk manis

Mengamati dan mempelajari jalur-jalur distribusi yang dilalui dalam pemasaran buah jeruk siam yang dihasilkan oleh petani (produsen) ke konsumen.

- b. Volume penjualan buah jeruk sekali panen (ton/ha)

Menghitung berapa banyak penjualan buah jeruk manis setiap kali panen per hektarnya.

- c. Biaya produksi yang dikeluarkan petani (Rp/ha)

Menghitung biaya produksi yang dikeluarkan oleh petani.

- d. Harga jual produk (Rp/ton)

- ✓ Menghitung harga jual dari produsen ke pengepul.
- ✓ Menghitung harga jual dari pengepul ke pengecer
- ✓ Menghitung harga jual dari pedagang besar ke konsumen
- ✓ Menghitung harga jual dari pengecer ke konsumen

- e. Biaya Pemasaran (Rp/Ha)

Menghitung biaya pemasaran untuk masing-masing jalur yang ada, meliputi biaya transportasi, pengemasan dan biaya lainnya.

- f. Susut Produk (Kg/tahun)

Menghitung total penyusutan berupa kerusakan produk dan produk yang tidak lulus kriteria yang terjadi pada pemasaran produk.

8

Hasil dan Pembahasan

Biaya Produksi

Biaya produksi yang dikeluarkan petani sampel antara satu dengan yang lain berbeda, semakin luas wilayah maka semakin besar pula biaya produksi yang harus dikeluarkan oleh petani.

Berdasarkan data hasil wawancara pada petani sampel biaya produksi yang dibutuhkan oleh petani dalam memproduksi buah jeruk perhektar dalam satu bulan sebesar Rp. 6.000.000,-.

Bila rata-rata produksi jeruk per hektar 1.562 kg per hektar. Bila rata-rata produksi jeruk per hektar 1.562 kg, maka biaya produksi per kg-nya ($6.000.000 : 1562 = 3841,23$) mencapai Rp 3.841,23.

Produksi

Produksi adalah hasil panen yang diperoleh petani dalam usaha taninya yang dinyatakan dalam ukuran berat. Dari hasil wawancara diketahui bahwa produktifitas tanaman buah jeruk per hektar adalah 1.562 kg dalam satu bulan. Dan bila dikalkulasi dalam satu tahun produksi buah jeruk mencapai 18.000 – 18.750 kg/tahun.

Biaya Pemasaran dan Efisiensi Pemasaran

Besarnya biaya yang dikeluarkan oleh petani dan lembaga pemasaran sangat menentukan, sehingga petani dan lembaga pemasaran sering membandingkan pendapatan yang diterima dengan biaya yang dikeluarkan. Biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh lembaga pemasaran dan petani besarnya tergantung pada seluruh pemasaran yang digunakan penelitian biaya pemasaran yang dikeluarkan petani dan dilakukan oleh beberapa petani saja yaitu petani yang menjual padi langsung ke pedagang.

8

Untuk lebih jelasnya biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh petani maupun lembaga pemasaran dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 1 : Biaya Pemasaran oleh Petani Jeruk Manis di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang

Saluran	Jenis Biaya	Jumlah (Rp/Kg)
Saluran I	Saprodi	1.200
	Upah tenaga kerja	1.400
	Sewa lahan	600
	Lain-lain	-
Jumlah		3.200
Saluran II	Transportasi	185,2
	Upah tenaga kerja	100
	Kerusakan/ penyusutan	2
	Restribusi	9,2
	Lain-lain	-
Jumlah		296,4

Sumber : Data Primer Terolah, 2016

Dari tabel yang dipaparkan diketahui bahwa biaya pemasaran yang dikeluarkan oleh petani. Terdapat dua saluran biaya pemasaran yang dilakukan oleh petani. Jenis biaya yang dikeluarkan oleh petani (saluran 1) meliputi biaya saprodi, upah tenaga kerja, dan sewa lahan. Jenis biaya yang terjadi pada lembaga pemasaran adalah transportasi, upah tenaga kerja, penyusutan/kerusakan, retribusi dan biaya lain-lain. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada table 2 berikut.

Tabel 2. Perincian Jenis Biaya Pemasaran Jeruk Manis per Kg yang Dikeluarkan Lembaga Pemasaran di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang

No	Jenis Biaya	Pengepul	Pedagang I	Pedagang II	Pengecer
1	Transportasi	-	92	111,1	333
2	Upah Tenaga Kerja	92	111	157,4	200
3	Packing	-	100	100	500
4	Penyusutan Kerusakan	2	2	5	3
5	Retribusi	-	9,2	9,2	28,2
6	Lain-lain	-	-	1	-
Jumlah		94	314,2	382,7	1064,2

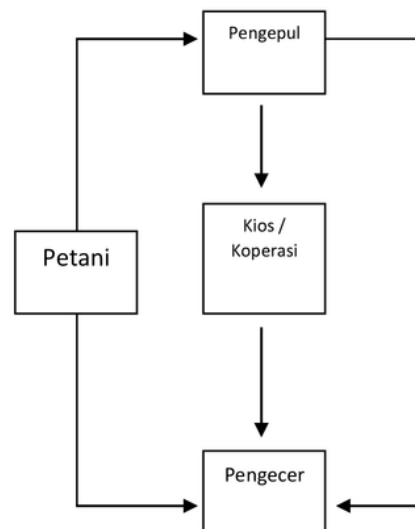
Sumber : Data Primer Terolah, 2016

Mengacu pada tabel 6 mengenai biaya pemasaran jeruk manis yang terjadi pada beberapa lembaga pemasaran, terdapat 4 jenis saluran pemasaran, yakni pengepul, pedagang 1, pedagang 2, dan pengecer. Jenis biaya yang terjadi juga beragam. Pada saluran 1 yakni pengepul, jenis biaya pemasaran yang terjadi adalah biaya upah tenaga kerja dan penyusutan. Sedangkan biaya transportasi belum terjadi dikarenakan pengepul langsung datang ke rumah petani dan kebanyakan pengepul berdekatan dengan petani.

Pada saluran ke-2 yakni pedagang 1 jumlah biaya pemasaran yang dikeluarkan adalah Rp 314,2 / kg nya. Sementara itu, pada saluran ke-3 yaitu pedagang 2, jumlah biaya pemasaran yang harus dikeluarkan adalah Rp 382,7 / kg nya. Saluran yang terakhir adalah pengecer. Biaya pemasaran yang harus dikeluarkan oleh pengecer adalah Rp 1.064,2. Hal ini dikarenakan biaya pemasaran yang terjadi juga lebih besar. Biaya transportasi yang lebih jauh, kemasan yang lebih menarik pelanggan, retribusi tempat penjualan yang lebih strategis sehingga meningkatkan biaya, dan upah tenaga kerja yang lebih banyak. Terdapat selisih sekitar Rp 681,5 dari pedagang 2 dan pengepul.

Efisiensi Pemasaran Jeruk

Saluran tradisional pemasaran jeruk yang terbentuk di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang adalah sebagai berikut:



Gambar 1. Jalur Tataniaga Jeruk Manis di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang

Berdasarkan gambar tersebut nilai jual tertinggi bila petani menjual langsung ke pengecer, tetapi perlu mempertimbangkan efisiensi dan efektivitas, alternatif yang dapat ditempuh petani dalam memasarkan jeruk adalah dengan sistem pemasaran bersama. Pengembangan pemasaran bersama dapat memberi keuntungan jangka panjang bila antar petani atau kelompok tani telah menjalin hubungan dengan pabrik. Beban kerjasama tersebut perlu konsisten dalam mutu kontinuitas produk jeruk milik petani. Keadaan seperti ini sulit dibangun oleh komunitas petani jeruk di Kecamatan Dau karena faktor yang mendukung belum ada, seperti sumber daya dan manajemen kelompok tani. Selain itu juga diperlukan dukungan dari semua pihak baik pemerintah maupun masyarakat.

Dalam pemasaran jeruk petani belum memberikan respon terhadap harga yang diterima. Harga yang ditetapkan petani secara sadar selalu diterima sepenuhnya, walaupun dalam pemasaran jeruk terdapat ketidakadilan dalam distribusi margin. Untuk mengetahui efisiensi pemasaran jeruk maka perlu diketahui rata – rata biaya per kilogram, keuntungan lembaga pemasaran, bagian biaya lembaga

pemasaran, bagian keuntungan lembaga pemasaran jeruk dan margin perantara.

Share Harga Petani, Margin dan Profit

Petani dan lembaga pemasaran menghendaki agar dalam kegiatan pemasaran akan mendapatkan keuntungan yang tinggi. Namun hal ini tidak selamanya terpenuhi karena pengeluaran yang diberikan tidak sebanding dengan pendapatan yang diperoleh.¹⁷ Untuk mengetahui besarnya bagian yang diterima petani dan lembaga pemasaran dapat dilihat pada tabel 3 berikut.

Dari hasil penelitian dapat diketahui harga jual di tingkat petani adalah Rp 3.000, sedangkan harga ¹² di tingkat pengepul adalah 4.000, harga beli di tingkat ¹² pedagang kios adalah Rp 5.000 serta harga beli di tingkat pengecer adalah Rp8.000. *Share* margin pemasaran terbesar adalah di pengecer dengan nilai 62,5%. Sedangkan *share* margin pemasaran terendah berada di pengepul, yakni hanya 25%. Terdapat selisih *share* margin pemasaran 37,5% antara pedagang pengepul dan pengecer.

Nilai keuntungan tertinggi adalah pada pengecer yakni sebesar Rp 3.000 dengan nilai margin adalah Rp 2.328 dan nilai keuntungan terendah adalah pengepul sebesar Rp 1.000 dengan nilai margin Rp 827.

Tabel 3. Margin Pemasaran dan Share Harga Pemasaran Jeruk Manis di Kecamatan Dau, Kabupaten Malang

No.	Saluran Pemasaran	Keuntungan Margin		Share Harga Petani		II/c	
		Pemasaran (Rp/Kg)		(%)			
		Saluran I	Saluran II	Saluran I	Saluran II	Saluran I	Saluran II
1	Petani						
	* Harga Jual	3.000	3.000	25%	25%		
2	Pengepul						
	* Harga beli	4.000	4.000			5,7	5,7
	* Biaya pemasaran	92	92				
	Transportasi	28	28				
	Upah tenaga kerja	46	46				
	Penyusutan	2	2				
	Restribusi	5	5				
	Lain-lain	-	-				
	* Keuntungan	1.000	1.000				
	* Margin	827	827				
	* Harga Jual	5.000	5.000				
3	Kios/Koperasi			50%	50%	7,3	7,3
	* Harga beli	4.000	4.000				
	* Biaya pemasaran	92	92				
	Transportasi	28	28				
	Upah tenaga kerja	46	46				
	Packing	100	100				
	Resiko kerusakan	5	5				
	Restribusi	2	2				
	Lain-lain	-	-				
	* Keuntungan	2.000	2.000				
	* Margin	1.727	1.727				
	* Harga Jual	6.000	6.000				
4	Pengecer			62,5	62,5	11,4	11,4
	* Harga beli	5.000	5.000				
	* Biaya pemasaran						
	Transportasi	150	150				
	Upah tenaga kerja	500	500				
	Resiko kerusakan	2	2				
	Restribusi	20	20				
	Lain-lain	-	-				
	* Keuntungan	3.000	3.000				
	* Margin	2.328	2.328				
	* Harga Jual	8.000	8.000				

Sumber : Data Primer Terolah, 2016

PENUTUP

Kesimpulan

1. Jenis saluran distribusi di daerah penelitian ada tiga yakni
 - a. petani → pengepul → pengecer
 - b. petani → pengecer
 - c. petani → pengepul → kios → pengecer

Saluran yang paling efektif adalah petani → pengecer.

2. Fungsi pemasaran pada saluran distribusi. Fungsi pemasaran jeruk yang dilakukan oleh petani dan lembaga pemasaran adalah fungsi penjual, fungsi pembelian, fungsi pengangkutan dan fungsi penanggung resiko.

3. Efisiensi pemasaran jeruk ditunjukkan bagian harga yang diterima petani (25%) dari harga saprodi, sedangkan 50% dikuasai oleh pedagang desa (62,5%) dan pedagang perantara dengan distribusi yang tidak merata karena jumlah pedagang lebih sedikit (24 orang) dibandingkan dengan jumlah petani. Dalam pemasaran jeruk petani belum memberikan respon terhadap harga yang diterima. Harga yang ditetapkan petani secara sadar selalu diterima sepenuhnya, walaupun dalam pemasaran jeruk terdapat ketidakadilan dalam distribusi margin.

4. *Share* margin pemasaran terbesar adalah di pengecer dengan nilai 62,5%. Sedangkan *share* margin pemasaran terendah berada di pengepul, yakni hanya 25%. Terdapat selisih *share* margin pemasaran 37,5%

antara pedagang pengepul dan pengecer. Nilai keuntungan tertinggi adalah pada pengecer yakni sebesar Rp 3.000 dengan nilai margin adalah Rp 2.328 dan nilai keuntungan terendah adalah pengepul sebesar Rp 1.000 dengan nilai margin Rp 827.

Saran

Berdasarkan hasil analisis disarankan agar meningkatkan efisiensi pemasaran agar petani dapat memperpendek tataniaga jeruk yaitu dengan melaksanakan pemasaran bersama jeruk petani. Untuk mencapai hal tersebut maka perlu intervensi pemerintah dalam pemberdayaan kelompok melalui penyuluhan dan pendampingan, penyediaan dana yang memadai, membangun sistem informasi pasar dan peningkatan infrastruktur yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS, 2016. (Online) <http://bps.go.id/> Daudalamangka. *Dan dalam Angka*.
 Irawan, dkk. 1996. *Pemasaran: Prinsip dan Kasus*. BPFE. Yogyakarta
 Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Pustaka Utama
 Parel, et.al. 1973. *Sampling Design and Procedure*. A/D/C. Singapore.
 Pasaribu, dkk. 2005. *Perencanaan dan Evaluasi Proyek*. LEPHAS. Makasar,
 Porter ME. 1990. *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press
 Purbo, Onno W. dkk. 2001. *Mengenal E-commerce*. Elex Media Komputindo

10

Rangkuti, Freddy, 2006. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Singarimbun, Masri, 1989. *Metode Penelitian Survei*. LP3ES. Yogyakarta.

Steenis. 1992. *Flora*. Erlangga. Jakarta

Swasa. Basu, 1982. *Managemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Liberty

EFEKTIVITAS JALUR DISTRIBUSI PENJUALAN JERUK MANIS DI KECAMATAN DAU, KABUPATEN MALANG

ORIGINALITY REPORT

22%

SIMILARITY INDEX

19%

INTERNET SOURCES

9%

PUBLICATIONS

4%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

www.mysciencework.com

Internet Source

4%

2

jiip.ub.ac.id

Internet Source

4%

3

pse.litbang.pertanian.go.id

Internet Source

2%

4

repositori.unud.ac.id

Internet Source

1%

5

johannessimatupang.wordpress.com

Internet Source

1%

6

andriharis12.wordpress.com

Internet Source

1%

7

id.123dok.com

Internet Source

1%

8

umb.ac.id

Internet Source

1%

9

Haryati Lakamisi. "Analisis usaha tani brokoli

(Sprouting broccoli)", Agrikan: Jurnal Ilmiah
Agribisnis dan Perikanan, 2010

Publication

1 %

10

repository.uinjkt.ac.id

Internet Source

<1 %

11

www.archipel.uqam.ca

Internet Source

<1 %

12

Abdul Aziz, Himmatul Miftah, Apendi Arsyad.
"Analisis Nilai Tambah dan Marjin Pemasaran
Pisang Menjadi Olahan Pisang (Studi Kasus
Pada Industri Kecil "SRIKANDI") di Kelurahan
Dangdeur Kecamatan Subang Kabupaten
Subang Jawa Barat", JURNAL AGRIBISAINS,
2017

Publication

<1 %

13

Ekaria Ekaria, Munawir Muhammad. "Analisis
Risiko Usahatani Ubi Kayu di Desa Gorua
Kecamatan Tobelo Utara", Agrikan: Jurnal
Agribisnis Perikanan, 2018

Publication

<1 %

14

irfanrizza.blogspot.com

Internet Source

<1 %

15

vibdoc.com

Internet Source

<1 %

16

Tinur Sulastris Situmorang, Zulkifli Alamsyah,
Saidin Naenggolan. "ANALISIS EFISIENSI

<1 %

PEMASARAN SAWI MANIS DENGAN
PENDEKATAN STRUCTURE, CONDUCT, AND
PERFORMANCE (SCP) DI KECAMATAN
JAMBI SELATAN KOTA JAMBI", Jurnal Ilmiah
Sosio-Ekonomika Bisnis, 2015

Publication

17

Submitted to Universitas Negeri Jakarta

Student Paper

<1 %

18

bonthain.blogspot.com

Internet Source

<1 %

19

Yusy Kurnia Chrisdiyanti, Yuliawati Yuliawati.
"Analisis Pendapatan Usahatani dan Faktor-
Faktor Yang Mempengaruhi Risiko Produksi
Bunga Potong Krisan di Desa Duren Kecamatan
Bandungan", Agrikan: Jurnal Agribisnis
Perikanan, 2019

Publication

<1 %

20

publikasiilmiah.unwahas.ac.id

Internet Source

<1 %

21

Rahmi Azizah Mudaffar. "Analisis Saluran Dan
Margin Pemasaran Pupuk Bersubsidi (Urea Dan
Npk Phonska) Di Kecamatan Malangke Kab.
Luwu Utara", Perbal: Jurnal Pertanian
Berkelanjutan, 2019

Publication

<1 %

22

Wa Ode Al Zarliani, La Ode Nasrun. "ANALISIS

<1 %

PEMASARAN BERAS MERAH DI
KELURAHAN KARYA BARU KECAMATAN
SORAWOLIO", Jurnal Agrotek Ummat, 2019

Publication

23

www.investasiuntung.com

Internet Source

<1 %

24

xmalmotor.blogspot.com

Internet Source

<1 %

25

Hendrik Widiyanto, Edy Yusuf Agung Gunanto, Nugroho SBM. "Analisis Efisiensi Faktor Produksi Usahatani Tembakau Rakyat (Studi Empiris : Desa Munggangsari, Kecamatan Kaliangkrik, Kabupaten Magelang)", Media Ekonomi dan Manajemen, 2018

Publication

<1 %

26

Submitted to Universitas Jember

Student Paper

<1 %

27

www.gestion400.com

Internet Source

<1 %

28

garuda.ristekdikti.go.id

Internet Source

<1 %

29

James Stevan, Zulkifli Alamsyah, Saidin Naenggolan. "ANALISIS EFEKTIVITAS PASAR LELANG KARET DI KABUPATEN BUNGO PROVINSI JAMBI", Jurnal Ilmiah Sosio-Ekonomika Bisnis, 2015

<1 %

Exclude quotes	Off	Exclude matches	Off
Exclude bibliography	Off		